

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА МЕЖЭТНИЧЕСКОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Шапошникова Ю.С. *, Крестьянова Л.С.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

*E-mail: j.s.shaposhnikova@urfu.ru

SOCIAL DIAGNOSTICS OF ETHNIC TENSIONS IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Shaposhnikova J.S., Krestianova L.S.

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

Annotation. The article presents the planned sociological study of ethnic tensions in the educational institutions. This study will be used as a method of social diagnosis.

Ряд исследований, проведенных на территории Свердловской области в последние 5 лет, свидетельствует, что одним из факторов формирования социальной и, в частности, межэтнической напряженности могут стать действия радикально настроенной молодежи [1, 2]. Исследования межэтнических отношений, развитие педагогических и социальных технологий работы в молодежной среде по профилактике экстремизма и гармонизации межэтнических отношений, являются сегодня актуальными и способны внести вклад в снижение угроз уровню социальной безопасности, в частности по такому критерию как уровень социальной конфликтности [3].

Проблема межэтнической напряженности во многом носит латентный характер, в связи с этим встает необходимость применения таких технологий, которые позволили бы обеспечить своевременное распознавание межэтнического конфликта, его возможных причин. Одной из технологий может быть социальная диагностика, например, через проведение социологических исследований.

Весной 2016 года планируется проведение социологического исследования «Социальные отношения старших школьников: этнический аспект». Цель исследования – определение характера этносоциальных отношений в группе старших школьников города Екатеринбурга (насколько остро стоит проблема этнической толерантности в среде старших школьников); выявление взаимосвязи принадлежности респондента к определенной этносоциальной группе и характера межэтнических отношений (является ли проблема этнической толерантности более острой для определенных этносоциальных групп).

По итогам исследования планируется разработать и предложить комплекс мер по профилактике экстремизма и радикальных настроений молодежи для снижения межэтнической напряженности, предупреждения конфликтов на национальной почве.

1. Карымова Л.С. Отношения этнических общностей в условиях становления гражданского общества в современной России (Региональный аспект)// диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Уральская академия государственной службы, г. Екатеринбург (2012 г.)
2. Отчет по результатам 1-го этапа мониторинга этнических и конфессиональных процессов в образовательных средах Свердловской области, <http://www.gospatriotprogram.ru>
3. Разикова Н.И., Шапошникова Ю. С., Актуальные факторы риска безопасности подростков в городской среде// Медико-социальные и психологические аспекты безопасности промышленных агломераций: сб. мат-лов Международной научн.-практ. конф. (Екатеринбург, 16-17 февраля 2016 г.) – Екатеринбург, УрФУ, 2016 г.

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Федорова А.В.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия

E-mail: alisia.94@mail.ru

MARKETING IN THE FIELD OF HIGHER EDUCATION AS A TOOL FOR QUALITY MANAGEMENT

Fedorova A.V.

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

This article discusses the problem of the Russian education system - poor management of the higher education institutions. Marketing as a management tool, able to solve this problem. The article explains the importance of this tool and specified methods for successful management.

В XXI веке в образовательной сфере России появилась необходимость ее модернизации. Студенты после окончания ВУЗов уезжают за рубеж, профессорско-преподавательский состав не идет в ногу со временем и не воспринимает новые технологии обучения, и все потому, что в российском образовании нет инструмента управления деятельностью ВУЗов, который бы позволил адаптироваться под изменяющиеся экономические условия в стране. Однако, в систему образования проникают менеджмент и маркетинг, являясь необходимыми инструментами ее взаимодействия с потребителями. Рынок образовательных услуг (ОУ), обозначил для системы образования совершенно новый подход к работе: необходимо создать новый метод управления образованием. На помощь